

УДК 76.012:688.721]:659.1

Собчишин Святослав Сергійович

ДЗм-1-18-1.4д

slavasobchyshyn@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТВОРЕННЯ ІМІДЖЕВОГО СТИЛЮ МАЙСТРІВ HANDMADE

Анотація

У статті розглянуто основні етапи створення іміджевого стилю майстрів handmade. Доведено актуальність рекламного супроводу, як засобу розповсюдження авторських виробів для подальшого просування на вітчизняний та світовий ринок. Розглянуто базові методи розробки рекламного супроводу, як у мережі Інтернет, так і у вигляді друкованої продукції. Дана наукова робота має на меті довести важливість розробки рекламного супроводу на сучасному рівні.

Ключові слова: handmade, ручна робота, рекламний супровід, майстерня, дизайн.

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми зумовлена тим фактом, що іміджевий стиль відіграє значну роль в поширенні відомостей про автора на сучасному ринку. Роль іміджевого стилю в рекламі просто неможливо переоцінити. Як показує практика, саме унікальний характер робіт майстра, дає потужний поштовх до подальшої інтеграції його творчості в культурний простір, а наявність рекламного супроводу має гарантувати якісний результат вчасне виконання замовлених послуг.

На сьогоднішній час значення іміджевого стилю дуже швидко зростає. Йому приділяється велика увага в багатьох сферах діяльності людини. Іміджевий стиль останнім часом стає більш значним в бізнесі. На посилення цього процесу сприяє конкуренція, яка набула широкого поширення в рекламі.

В наш час для збереження статусу в творчому колі іміджевий стиль повинен привертати до себе увагу людей та спрямовувати їх активність в

повній сфері діяльності. Поняття «іміджевий стиль», є багатозначним. Це може бути образ свідомо сформований образ, який наділений додатковими ознаками і має можливість створювати певне художнє враження. У маркетингу також існує визначення іміджу, згідно з яким «іміджевий стиль» - це основа всієї комунікаційної політики фірми. Іміджевий стиль відображає очікування певних груп людей, тому його наявність може іноді забезпечити суб'єкту успіх на великому ринку.

Метою даної роботи є дослідження особливостей створення іміджевого стилю на основі рекламного супроводу майстерні з виготовлення шарнірних ляльок.

Об'єктом дослідження є рекламний супровід майстерні з виготовлення шарнірних ляльок.

Предметом дослідження є питання щодо створення іміджевого стилю майстрів handmade.

Вміння правильно продемонструвати унікальність того чи іншого твору handmade та вміння гідно оцінити його складову, можуть допомогти досягти успіху в процесі продажу авторських продажів робіт.

Одним з головних факторів, що впливають на формування уявлення людини про саму себе, є її життєвий досвід. Більшість людей, під впливом критики оточуючих, які всього лише один раз відчули неприємне переживання при виступі перед аудиторією, починають вважати себе абсолютно непридатними для публічних виступів. Зазвичай зауваження оточуючих людей зміцнює їх думку про це. Якщо кожен день особистість чує про себе критику та спостерігає неприємну реакцію від оточення, то їй здається, що її не цінують, як наслідок, знижується самооцінка. Противага цьому – тільки достатній запас самоповаги і усвідомлення своїх досягнень. Тоді занадто низька самооцінка і поліпшення «зовнішнього» іміджу дає лише обмежений ефект. У цьому випадку проблему слід вирішувати за допомогою професійного консультанта, психотерапевта або психоаналітика [1].

Коли ви вперше зустрічаєте іншу людини, яскраве враження про неї у вас

формується в перші кілька секунд, а стійка думка – в межах від тридцяти секунд до чотирьох хвилин. Перші враження дуже сильні і довготривалі. Таке саме враження з'являється, коли людина бачить красиву річ, наприклад іграшку або ляльку. Зовнішній вигляд може зовсім не відповідати справжнім якостям, таким чином в деяких елементах рекламного супроводу можна підкреслити характеристики виробу, на які ви хотіли би звернути увагу [7].

В наш час ручні вироби мають більший кошт, ніж товар масового виробництва. В другій половині XIX століття через те, що масове виробництво призводило до погіршення якості та зовнішнього вигляду товарів, зародився рух « Мистецтва та ремесла». Першою людиною, яка не боялася висловлювати свою думку про те, що занепад естетичних стандартів пов'язаний з моральним станом суспільства, був О.Пюджін [4]. Також він був переконаний, що засоби дизайну можуть реформувати суспільство. Але в той час розвивалася боротьба не лише стилів, а й поглядів на працю, мистецтво та суспільство.

Прихильники цього руху були переконані, що традиціям можна і необхідно навчати, вивчаючи історичні стилі та стилі зарубіжних майстрів, таким чином відроджуючи забуті техніки шляхом експерименту. Представники руху «Мистецтв і ремесел» відчували себе природно «у минулому, сучасному та майбутньому» [4, с.58].

З початком нового століття почали з'являтися характерні форми декору та конструкцій, які продемонстрували природну красу жіночого тіла. Захоплення культурою Криту та знайомство з культурою Японії почало впливати на стиль майстрів того часу. В ручних виробках та в елементах одягу почали з'являтися риси Японії, але в кожного майстра все рівно відчувався особливий почерк.

З розвитком мистецтва також розвивалися і традиції. Ще з давніх часів частиною багатой традиціями слов'янської культури вважалася лялька. Виготовлення ляльок-оберегів і правильне поводження з ними мало велике значення для кожної родини. Все, що сьогодні ми сприймаємо як прикрас - орнаменти на одязі, посуді, предметах побуту, - в культурі наших предків містило в собі глибокий сенс, було покликане захищати і наділяти силою тих,

хто користується цими предметами. І тут лялька відігравала особливу роль. На сьогоднішній день багато людей знову звертаються до накопиченого століттями досвіду предків у пошуках рівноваги, краси, гармонійних відносин. І на цьому шляху оберегові ляльки можуть стати нам добрими помічниками [3, с.109].

Сучасна людина все частіше звертається до традиції, тому обереги знову набирають популярність. У наші дні з'явилося безліч нових матеріалів, які дозволяють робити обереги ще красивішими і втілювати в них будь-які ідеї, створюючи справжні витвори мистецтва. В наш час обереги стоять в одному ряду з іншими ручними виробами, адже кожний витвір, зроблений своїми руками є унікальним.

Саме тому, «Handmade» - перш за все оригінальна авторська задумка, реалізована з використанням підручних матеріалів, обов'язково власноруч, конкретним майстром цієї ідеї-задумки. Як правило, такий виріб існує в єдиному екземплярі. Створити повноцінну копію не вдасться, адже творчість - процес натхнення, порив, а по-справжньому творча людина, навіть створюючи «схоже», кожен раз буде додавати нові штрихи. Саме за це вироби справжньою ручної роботи і цінуються так високо. Вони роблять наше життя яскравішим, рятуючи від одноманітності, піднімають настрій і відрізняють нас від інших.

Головну роль у сприйнятті цілісного візуального образу в рекламній продукції відіграє фон, на якому розташовується зображення або текст. Кольорова реклама на плакатах, буклетах, листівках, на телеекрані вимагає дуже легкої розфокусованості в тон основного кольору.

Яскраві кольори фону не дозволяють людському оку ефективно і без напруги виділити малюнок або текст. На тлі також не повинні бути присутніми додаткові малюнки, які являють собою частину фону. Незважаючи на естетичну привабливість подібного дизайну, наявність цих малюнків сильно ускладнює сприйняття основних елементів рекламного образу і може знизити необхідний ефект візуального рекламного образу. На прикладі з роботами Марини Бичкової, можна зрозуміти, що колір фону буде дуже впливати на сприйняття зображення, яке хоче передати автор. В обличчях ляльок можна

побачити сум, тому саме темне в змозі відтворити настрій і задум майстра [5].

На деяких елементах рекламного супроводу буде доречним білий простір, який є дуже сильним засобом залучення уваги до візуального образу. Дизайнери, які часто займаються рекламним супроводом часто використовують цей засіб візуального сприйняття. Чим більше білого простору оточує зображення, тим більше домінуючу роль грає основний об'єкт. Білий простір як би «вбудовується» в сам образ, робить його більш величним порівняно з іншими. Крім того, цей образ сприймається по-іншому, порівняно з предметами, що були розміщені на темному тлі.

Нерідко в візуальному образі присутні елементи руху. Це робиться для полегшення сприйняття головних елементів образу і фіксації на них уваги. Це може бути здійснено за допомогою різних стрілок, погляду інших допоміжних персонажів на головний елемент, кольорових або світлових променів. Нерідко відчуття руху підкріплюється розміщенням головних персонажів в режимі ритму на наступних сторінках [2].

Також важливою складовою є вибір шрифту, який повинен відповідати не тільки ідеї конкретної продукції, а й загальній стратегії іміджу автора. Найлегше сприймається той шрифт, який люди звикли бачити часто в своєму повсякденному житті. Тому в рекламній продукції не можна зловживати курсивом або іншими виділеннями, такими, наприклад, як жирний шрифт. Хоча в заголовках можливе виділення ключових слів, яке дозволяє по ним зрозуміти сенс всього повідомлення.

Наприклад, для рекламного супроводу майстерні, можна обрати два види шрифту: декоративний(для того щоб акцентування уваги на заголовках та назвах елементів продукції) та більш строгий шрифт, для правильного сприйняття основної інформації. Є певні закони сприйняття слів: слова, написані малими літерами, прочитуються легше, ніж слова, що складаються із заголовних букв [6].

Висновки. Створення рекламного супроводу для майстерень handmade має дуже важливе значення, адже завдяки вдало поданій рекламі з'явиться

більша кількість потенційних покупців продукції. При створенні рекламного супроводу важливо було проаналізувати специфіку майстерні «Enchanted Doll», та урахувати іміджевий стиль автора та сучасні тенденції в рекламі. Це є важливим для поширення реклами майстерні, для вдалого просування продукції на великий ринок збуту та для підвищення попиту.

Список використаних джерел:

1. Браун Л. Имидж - путь к успеху / Лиллиан Браун. – Санкт-Петербург, 2001. – 190 с.
2. Егорова-Гаатман В. Политическая реклама./ В. Егорова-Гаатман: Центр политического консультирования «Никколо» —1999. – 240 с.
3. Мишина М. А. Кукла как предмет культуры: к постановке проблемы [Електронний ресурс] / М. А. Мишина // Вестник СПбГУ.. – 2009. — С. 109. — Режим доступу до ресурсу: <https://docplayer.ru/28719372-M-a-mishina-kukla-kak-predmet-kultury-k-postanovke-problemy.html>.
4. Моррис У. Искусство и жизнь [Електронний ресурс] / Уильям Моррис. – 1973. — Режим доступу до ресурсу: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/ehstetika/morris_iskusstvo_zhizn_izbranny_e/34-1-0-2979. — М. 1973. – 512 с.
5. Розробка бренду. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studopedia.org/4-173687.html>.
6. Способы визуализации рекламированного. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <https://lib.sale/brend-imidj-reklama/sposobyi-vizualizatsii-reklamiruemogo-36553.html>
7. Филиппа Д. Создай себе имидж [Електронний ресурс] / Дэвис Филиппа // Мн.: Попурри. – 1998. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.booksite.ru/fulltext/cre/ate/ima/ge/index.htm>.

«ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЗДАНИЕ ИМИДЖЕВОГО СТИЛЯ МАСТЕРОВ HANDMADE»

Собчишин Святослав Сергеевич

Аннотация

В статье рассмотрены основные этапы создания имиджевого стиля мастеров handmade. Доказано актуальность рекламного сопровождения, как средства распространения авторских изделий для дальнейшего продвижения на отечественный и мировой рынок. Рассмотрены базовые методы разработки рекламного сопровождения, как в сети Интернет, так и в виде печатной продукции. Данная научная работа имеет целью доказать важность разработки рекламного сопровождения на современном уровне.

Ключевые слова: handmade, ручная работа, рекламное сопровождение, мастерская, дизайн.

“RESEARCH OF FEATURES CREATION OF IMAGE STYLE OF HANDMADE MASTERS”

Sobchyshyn Sviatoslav

DZm-1-18-1.4d

slavasobchyshyn@gmail.com

Annotation

The article discusses the main stages of creating a style image of handmade masters. The relevance of advertising support as a means of distributing copyrighted products for further promotion in the domestic and world market is substantiated. The basic methods of developing advertising support, both on the Internet and in the form of printed materials, are considered. This course work is intended to prove the importance of developing advertising support at the modern level.

Keywords: handmade, handmade, advertising support, workshop, design.